

有關「味香全及圖」商標異議事件(商標法§230112、§230113、§230114) ([智慧財產法院 98 年度行商訴字第 220 號行政判決](#))

爭議標的：有關「味香全及圖」商標與「味全及圖」、「味全活」等商標近似與否及是否混淆誤認之認定。

系爭商標：註冊第 1306178 號「味香全及圖」商標

系爭商品/服務：麻油、茶仔油、苦茶油、花生油商品

據爭商標：第 1095203 號及第 852546 號「味全活」等商標

相關法條：商標法第 23 條第 1 項第 12、13、14 款

判決要旨

- 1.兩造商標於外觀、讀音或觀念雖非毫無關聯之處，然其近似程度尚不足以影響消費者識別商品或服務之來源，核與商標法第 23 條第 1 項第 12、13、14 款所規定之「商標近似」要件並不相符。
- 2.商標法第 23 條第 1 項第 14 款規定之立法意旨則在於避免剽竊他人創用之商標而搶先註冊，基於民法之誠實信用原則、防止消費者混淆及不公平競爭之基礎，本條始賦予先使用商標者救濟之權利，是以本規定之適用自應以商標近似程度已影響消費者識別商品或服務之來源，而可能誤認二商品/服務來自同一來源或不同來源間有所關聯為必要，而本件兩造商標之近似程度尚不足以影響消費者識別商品或服務之來源，而不致使消費者混淆，即無商標法第 23 條第 1 項第 14 款不得註冊之情形。

【判決摘錄】

一、事實

參加人於民國 96 年 7 月 10 日以「味香全及圖」商標，指定使用於商標法施行細則第 13 條所定商品及服務分類表第 29 類之麻油、茶仔油、苦茶油、花生油商品，向被告申請註冊，經被告核准列為註冊第 01306178 號商標（下稱系爭商標）。嗣原告以註冊第 00000000 號、第 01058813 號、第 01095203 號及第 00852546 號商標（下稱據以異議等商標）主張該註冊商標有違商標法第 23 條第 1 項第 12 款、第 13 款及第 14 款之規定，對之提起異議，經被告審查，以 98 年 6 月 5 日中台異字第 G00970678 號商標異議審定書為異議不成立之處分。原告不服，提起訴願，經遭駁回，遂向本院提起行政訴訟。

二、本案爭點

倘商標於外觀、讀音或觀念雖非毫無關聯近似之處，然其近似程度尚不足以影響消費者識別商品或服務之來源，是否即與商標法第 23 條第 1 項第 12、13、14 款所規定「商標近似」之要件不相符？

三、判決理由

(一) 所稱「商標近似」係指其近似程度已影響消費者識別商品或服務之來源，而可能誤認二商品/服務來自同一來源或不同來源間有所關聯。倘商標於外觀、讀音或觀念雖非毫無關聯近似之處，然其近似程度尚不足以影響消費者識別商品或服務之來源，即與商標法第 23 條第 1 項第 12、13、14 款所規定之「商標近似」並不相符。次按，所謂商標相同或近似者，係指以具有普通知識經驗之一般商品購買人，於購買時施以普通所用之注意，就兩商標主要部分之外觀、觀念或讀音隔離觀察，有無引起混同誤認之虞。又商標乃整體不可分之識別標識，則具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，對商標寓目印象係整體文字圖樣，而非商標各別割裂部分，是以判斷商標近似，應以整（通）體觀察為原則（最高行政法院 61 年判字第 292 號判例參照）。惟因商標構成之文字、圖形、記號等標識之中，有較易引起消費者注意特別顯目部分，亦有不易引起注意部分，該較易引起消費者注意部分，即為主要部分，較易影響商標給予消費者之整體印象，此即上開判例所揭示之商標是否近似，應就構成各商標之主要部分觀察之意旨所在（最高行政法院 55 年判字第 262、265 號，56 年判字第 277 號等判例參照），所以主要部分觀察方法是整體觀察原則在判斷商標近似與否相輔相成具體觀察方法之一。惟商標圖樣中必須有一定部分特別引人注意，且此部分商標之識別功能特別顯著者，始可就此部分加以比較觀察，以判斷兩商標是否近似；雖係組合商標，基於商標構成之一體性，由該商標全體所構成「外觀」、「觀念」、「讀音」觀察，已足以作為交易上識別標識，若一部分離抽出，依據交易經驗或消費者觀察反係生硬不自然者，殊不容許藉主要部分觀察原則為詞，割裂商標整體性錯誤地判斷商標近似。蓋若誤解主要部分觀察原則，只要是組合文字或圖樣，即特意硬將商標割裂分別比較，自與商標識別性係以商標整體為消費者寓目印象之本質有違（最高行政法院 99 年度判字第 180 號判決要旨參照）。

(二) 系爭商標圖樣係彩色，並係採用橘色為底色，以橫書中文「味香全」，上方輔以一白底橢圓內置一藍色向上箭頭下方置一水滴圖形所組成，而據以異議等商標均是以中文「味全」二字為主，並於上開「味全」二字後方增加「活」、「高鮮料理家」、「wei-chuan」、「AminoIn」等中外文字，或五圓點圖、雙鳳圖等其他圖形所組構而成，由兩造商標全體所構成「外觀」、「觀念」、「讀音」加以觀察，系爭商標另有白底橢圓內置一深藍

色向上箭頭與水滴圖形以及採橘色為底色等構圖設計，核與據以異議等商標中之單純文字圖樣或具有五圓點圖、雙鳳圖等圖樣，其外觀設計為消費者可明顯區辨，並不相同。此外，系爭商標之中文係以橫書方式呈現，由左向右讀為「味香全」，由右向左讀為「全香味」，據以異議等商標均無將「味」及「全」拆開之情事，兩者於交易唱呼之際，其讀音迥然有別。另依原告所呈公司網頁資料所示，據以異議商標之紅色五圓點造形結合「味全」二字係象徵「圓潤可口」，意涵則為「五味俱全」（見異議第 40 頁），而系爭商標則未見任何圓形標識，其文字「味香全」或「全香味」亦與上述意涵有別，是以兩造商標於外觀、讀音或觀念雖非毫無關聯之處，然其近似程度尚不足以影響消費者識別商品或服務之來源，核與商標法第 23 條第 1 項第 12、13、14 款所規定之「商標近似」要件並不相符。原告雖主張，系爭商標之「味香全」與據以異議等商標之「味全」僅中間一字之差，應屬構成近似商標等語，惟查，原告之主張係將系爭商標之文字及圖形之整體組合予以割裂，並將與據以異議等商標相同之「味」、「全」二字自系爭商標之文字部分單獨抽離，顯與通常知識消費者之交易經驗有違，而與判斷商標近以應以整體觀察之原則有違，其主張即非可採。

（三）兩造商標均指定使用於食用油商品，類似程度極高，且據以異議等商標之「味全」二字業經原告於系爭商標申請日 96 年 7 月 10 日前廣泛使用，業據原告提出該公司網站之資料為證，故據以異議等商標較為消費者所熟知，惟兩造商標於實際交易時，系爭商標係使用橘色為底內置白色及深藍色圖形之彩色圖樣，為其引人注意之識別特徵，據以異議等商標則未曾使用上開顏色之組合，且兩造商標之近似程度尚不足以影響消費者識別商品或服務之來源，業如前述，經綜合衡酌上開因素，尚難認系爭商標之註冊可能有致相關消費者誤認二商標之商品為同一來源之系列商品，或誤認二商標之使用人間存在關係企業、授權關係、加盟關係或其他類似關係，而產生混淆誤認之情事，即無商標法第 23 條第 1 項第 12、13 款不得註冊之情形。

（四）再者，參加人縱非因契約、業務往來等關係而直接知悉據以異議等商標之存在，然因參加人與原告均係經營食品製造業，其消費對象及銷售商品之交易場所重疊，佐以原告使用據以異議等商標行銷商品之廣泛程度及使用期間甚長，原告主張參加人應無不知據以異議等商標存在之理，固非無據。惟商標法第 23 條第 1 項第 14 款¹規定之立法意旨則在於避免剽竊他

¹商標法第 23 條第 1 項第 14 款，相同或近似於他人先使用於同一或類似商品或服務之商標，而申請人因與該他人間具有契約、地緣、業務往來或其他關係，知悉他人商標存在者，不得註冊。

人創用之商標而搶先註冊，基於民法之誠實信用原則、防止消費者混淆及不公平競爭之基礎，本條始賦予先使用商標者救濟之權利，是以本規定之適用自應以商標近似程度已影響消費者識別商品或服務之來源，而可能誤認二商品/服務來自同一來源或不同來源間有所關聯為必要，而本件兩造商標之近似程度尚不足以影響消費者識別商品或服務之來源，而不致使消費者混淆，業如前述，即無商標法第 23 條第 1 項第 14 款不得註冊之情形。

四、判決結果

系爭商標並無商標法第 23 條第 1 項第 12、13、14 款規定不得註冊之情形。被告所為所為「異議不成立」之處分，於法並無不合，訴願決定予以維持，亦無違誤，原告徒執前詞，訴請撤銷訴願決定及原處分，核無理由，應予駁回。

五、兩造商標

系爭商標



據爭商標

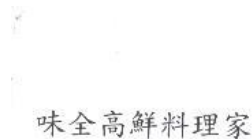
註冊第 655423 號



註冊第 852546 號

味全活

註冊第 1095203 號



註冊第 1058813 號(已到期消滅)

味全不飽和